



**STRATEGI PERANCANGAN WEBSITE PT. SURYA TIRTA BAYU  
ANUGRAH SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

**TUGAS AKHIR APLIKATIF**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)  
Fakultas Ilmu Komunikasi Bidang Studi Digital Communication

Disusun Oleh  
**UNIVERSITAS  
LEONARD SOUWANDI  
MERCU BUANA**  
44517010004

**BIDANG STUDI DIGITAL COMMUNICATION**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2020**

## LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Leonard Souwandi

NIM : 44517010004

Konsentrasi : Komunikasi Digital

Dengan ini menyatakan bahwa hasil Tugas Akhir yang telah Saya buat Dengan judul: **STRATEGI PERANCANGAN WEBSITE PT. SURYA TIRTA BAYU ANUGRAH SEBAGAI MEDIA PROMOSI** merupakan hasil karya sendiri yang benar akan keasliannya dan merupakan hasil dari studi pustaka yang didampingi oleh Dosen Pembimbing yang telah ditetapkan keputusannya oleh pihak Universitas Mercu Buana. Tugas Akhir tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari karya yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah Saya cantumkan sebagaimana mestinya. Demikian pernyataan yang Saya buat ini dalam keadaan sadar.

Jakarta, 25 Januari 2021

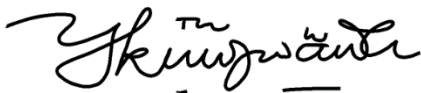
yang membuat pernyataan,



(Leonard Souwandi)

Mengetahui,

**Pembimbing I**



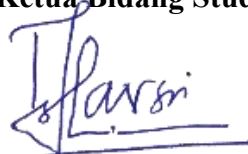
(Yuni Tresnawati, M.I.Kom)

**Pembimbing II**



(Agus Nursidhi, S.Pd, M.Ds)

**Ketua Bidang Studi**



(Drs. Dadan Iskandar, M.Si)

**LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR APLIKATIF**

Judul : **STRATEGI PERANCANGAN WEBSITE PT. SURYA TIRTA BAYU  
ANUGRAH SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

Nama : Leonard Souwandi

NIM : 44517010004

Fakultas : Ilmu Komunikasi

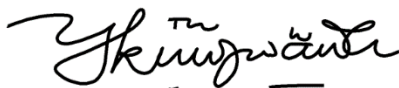
Bidang Studi : Digital Communication



Jakarta, 25 Januari 2021

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**  
Mengetahui,

**Pembimbing I**



(Yuni Tresnawati, M.I.Kom)

**Pembimbing II**



(Agus Nursidhi, S.Pd, M.Ds)

**LEMBAR LULUS SIDANG TUGAS AKHIR APLIKATIF**

Nama : Leonard Souwandi

NIM : 44517010004

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Digital Communication

Judul : **STRATEGI PERANCANGAN WEBSITE PT. SURYA TIRTA BAYU  
ANUGRAH SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

Jakarta, 25 Januari 2021

Ketua Sidang,

Drs. Dadan Iskandar, M.Si



(\_\_\_\_\_)

Penguji Ahli,

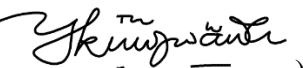
Siti Muslichatul Mahmudah, M.I.Kom



(\_\_\_\_\_)

Pembimbing I,

Yuni Tresnawati, M.I.Kom



(\_\_\_\_\_)

Pembimbing II,

Agus Nursidhi, S.Pd, M.Ds



(\_\_\_\_\_)

**LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR APLIKATIF**

Judul : STRATEGI PERANCANGAN WEBSITE PT. SURYA TIRTA BAYU  
ANUGRAH SEBAGAI MEDIA PROMOSI

Nama : Leonard Souwandi

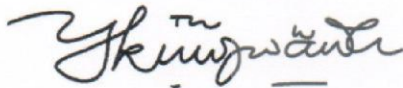
NIM : 44517010004

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Digital Communication

Jakarta, 25 Januari 2021  
disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing I



(Yuni Tresnawati, M.I.Kom)

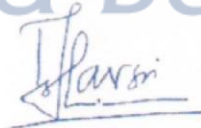
Pembimbing II



(Agus Nursidhi, S.Pd, M.Ds)

Ketua Bidang Studi Komunikasi Digital

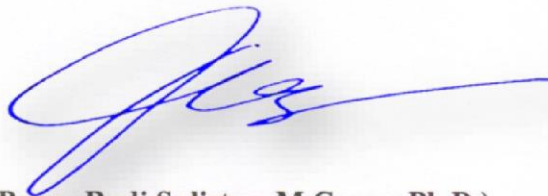
UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



(Drs. Dadan Iskandar, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Ponco Budi Sulisty, M.Comn, Ph.D.)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Digital Communication

Leonard Souwandi

44517010004

“STRATEGI PERANCANGAN WEBSITE PT. SURYA TIRTA BAYU ANUGRAH  
SEBAGAI MEDIA PROMOSI”

Bibliografi : 5 Bab, terdiri dari 62 halaman + 6 lampiran

### **ABSTRAK**

Perusahaan menengah keatas yakni PT mulai mengaggap begitu pentingnya penggunaan website sebagai media promosi dibandingkan hanya menggunakan media sosial, karena saat ini konsumen dan mitra bisnis beranggapan bahwa perusahaan yang telah memiliki website lalu website tersebut dikelola dengan baik maka akan memberikan kesan bahwa perusahaan tersebut adalah perusahaan yang professional, maka dari itulah peran website saat ini sangat penting bagi suatu perusahaan.

Melihat situasi dan peluang saat ini maka Kami berinisiatif untuk mengajak kerja sama dengan perusahaan yang memang saat ini sedang membutuhkan SDM dalam mengelola website perusahaan sebagai media promosi perusahaan tersebut. Kami memutuskan untuk bekerja sama dengan PT. Surya Tirta Bayu Anugrah dalam merancang website perusahaan tersebut dari awal. PT. Surya Tirta Bayu Anugrah merupakan distributor dari produk – produk kosmetik, kesehatan, kebersihan, dll, yang sudah berdiri sejak 2017. PT. Surya Tirta Bayu

Anugrah berlokasi di Jl. Daan Mogot Jakarta Barat. Tujuan dari pembuatan Website perusahaan ini adalah sebagai media informasi perusahaan dan media penjualan.

Teori determinisme yang dikembangkan oleh Marshall McLuhan menjelaskan mengenai paham yang menyatakan teknologi bersifat determinan (menentukan) dalam membentuk kehidupan manusia. Hal ini berhubungan dengan proyek pembuatan website perusahaan yang Kami jalankan, karena hal ini juga yang merubah tatanan kehidupan manusia dan membentuk kebiasaan baru, seperti beralih dari belanja secara langsung menjadi belanja secara online, karena lebih mudah dan praktis.

Hasil dari proyek ini adalah berupa website perusahaan PT. Surya Tirta Bayu Anugrah yang dapat diakses melalui link berikut: <https://stbastore.com/>. Website ini menjadi media informasi perusahaan dan media penjualan, karena konsumen dapat secara langsung melakukan pemesanan produk di website ini. website ini memiliki akun konsumen yang terbagi dalam 3 akun sesuai dengan kebutuhannya, yakni akun konsumen secara individual dengan harga normal, lalu akun untuk reseller dengan harga yang lebih murah, dan juga akun untuk grosir yang dapat melakukan pembelian barang dalam jumlah yang lebih banyak dan lebih murah. Website ini juga dilengkapi dengan artikel Advertorial sebagai salah satu strategi promosi, Advetorial ini berupa penulisan artikel dengan tujuan untuk mengedukasi konsumen dan promosi produk yang dijual.

**Kata Kunci:** Website, *Digital Marketing*, Branding, Digitalisasi



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Mercu Buana University

Faculty of Communication Sciences

Field of Digital Communication Studies

Leonard Souwandi

44517010004

“WEBSITE DESIGN STRATEGY PT. SURYA TIRTA BAYU ANUGRAH AS A  
PROMOTION MEDIA”

Bibliografi : 5 BAB, consists of 62 pages + 6 appendices

UNIVERSITAS  
**ABSTRACT**  
MERCU BUANA

*Middle and upper-middle companies, namely PT have begun to consider the importance of using websites as promotional media compared to only using social media, because currently consumers and business partners think that companies that already have a website and then the website are well managed will give the impression that the company is a company professional, that's why the role of the website today is very important for a company.*

*Seeing the current situation and opportunities, we took the initiative to invite cooperation with companies that are currently in need of human resources in managing the company website as a media for the company's promotion. We decided to cooperate with PT. Surya Tirta Bayu Anugrah in designing the company's website from scratch. PT. Surya Tirta Bayu Anugrah is a distributor of cosmetic, health, hygiene, etc.*



*products, which has been established since 2017. PT. Surya Tirta Bayu Anugrah is located on Jl. Daan Mogot West Jakarta. The purpose of making this company website is as a company information media and sales media.*

*The theory of determinism developed by Marshall McLuhan explains the notion that technology is determinant in shaping human life. This is related to the project of creating a company website that we run, because this also changes the order of human life and forms new habits, such as switching from shopping directly to shopping online, because it is easier and more practical.*

*The result of this project is a company website PT. Surya Tirta Bayu Anugrah which can be accessed via the following link: <https://stbastore.com/>. This website is a media company information and sales media, because consumers can directly order products on this website. This website has consumer accounts that are divided into 3 accounts according to their needs, namely individual consumer accounts at normal prices, then accounts for resellers at lower prices, and also accounts for wholesalers who can purchase goods in larger and more quantities cheap. This website is also equipped with Advertorial articles as a promotional strategy. This Advertorial is in the form of writing articles with the aim of educating consumers and promoting the products being sold.*

**Keywords:** Website, Digital Marketing, Branding, Digitalization

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas segala limpahan kebaikan dari berbagai pihak, sehingga Penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Aplikatif dengan judul “Strategi Perancangan Website PT. Surya Tirta Bayu Anugrah Sebagai Media Promosi” senagai salah satu syarat menyelesaikan studi, serta dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Pendidikan Strata Satu pada program studi Digital Communication Universitas Mercu Buana. Penulis juga ingin menyampaikan pesan dan rasa terima kasih kepada:

1. Ibu Yuni Tresnawati, M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing I (satu) yang telah berkenan untuk meluangkan waktunya dalam memberikan saran, masukan, dan bimbingan selama proses pengerjaan Tugas Akhir Aplikatif ini.
2. Bapak Agus Nursidhi, S.Pd, M.Ds, selaku Dosen Pembimbing II (dua) yang telah berkenan untuk meluangkan waktunya dalam memberikan saran, masukan, dan bimbingan selama proses pengerjaan Tugas Akhir Aplikatif ini.
3. Bapak Drs. Dadan Iskandar, M.Si, selaku Ketua Bidang Studi Digital Communication yang sudah memberikan bimbingan, selama Penulis berada di Bidang Studi Digital Communication ini.
4. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Ponco B. Sulistyono, M.Comm, Ph.D, selaku Dekan Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang menjadi tempat bagi Penulis selama mendapatkan ilmu selama masa perkuliahan.
6. Kedua Orangtua, kepada Ayah dan Ibu yang telah memberikan dukungan dalam bentuk nasihat, doa, maupun materi selama Penulis melalui masa studi.
7. Teman – teman yang bersedia menjadi Partner untuk bekerjasama dalam merealisasikan Tugas Akhir Aplikatif pembuatan website Perusahaan ini, kepada Bilal Ichwan selaku Perancang website, dan Syayid Agil Multajam selaku Perancang konten website.
8. Keluarga besar Digital Communication, Universitas Mercu Buana, terima kasih atas kebersamaan dan sikap saling gotong royong, segala kenangan indah, saling berbagi momen suka maupun duka yang sangat bermakna kepada Penulis. Merupakan sebuah

kesempatan yang baik dapat mengenal kalian, dan berada bersama keluarga besar Digital Communication.

Akhir kata Penulis menyadari bahwa dalam perancangan Tugas Akhir Aplikatif ini masih jauh dari sempurna. Maka dari itu, Penulis membuka diri untuk menerima segala saran dan masukan positif dengan tujuan sebagai perbaikan, dan semoga Tugas Akhir Aplikatif ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak, semoga demikian adanya.



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN APLIKATIF</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR LULUS SIDANG APLIKATIF</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR APLIKATIF</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I – PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Analisis Situasi.....	1
1.2. Permasalahan .....	7
1.3. Tujuan Menyusun Strategi Promosi di Website .....	7
1.4. Alasan Pemilihan Judul.....	8
1.5. Manfaat Menyusun Strategi Promosi di Website .....	8
1.5.1. Manfaat Akademis.....	8
1.5.2. Manfaat Praktis.....	8
1.5.3. Manfaat Materil .....	9
<b>BAB II - KERANGKA DASAR PEMIKIRAN</b> .....	<b>10</b>
2.1. Penelitian Terdahulu .....	10
2.2. Landasan Teori.....	13
2.2.1. Strategi.....	13
2.2.2. Website .....	15
2.2.3 Promosi.....	19
2.2.4. Promosi di Website (Digital Marketing) .....	20
2.2.5. Strategi Promosi di Website .....	20

<b>BAB III - KONSEP PERANCANGAN 21 .....</b>	<b>22</b>
3.1. Tujuan Komunikasi.....	22
3.1.1. Target Sasaran.....	22
3.2. Strategi Komunikasi.....	23
3.2.1. SOSTAC Strategy .....	25
3.3. Analisa Spesifikasi Program .....	26
3.3.1. Deskripsi Program .....	26
3.4. Konsep yang digunakan dalam Memproduksi Karya .....	26
3.4.1. Rencana Pra Produksi .....	31
3.4.2. Rencana Produksi .....	39
3.4.3. Rencana Pasca Produksi .....	40
<b>BAB IV - ANALISIS PROSES .....</b>	<b>42</b>
4.1. Deskripsi Program .....	42
4.2. Analisis Produksi Program .....	46
4.2.1. Proses Produksi Program .....	46
4.2.2. Analisis Hambatan dan Solusi .....	51
4.3. Analisis Hasil Produksi.....	52
4.3.1. Deskripsi Non Teknis .....	52
4.3.2. Deskripsi Teknis .....	54
<b>BAB V – PENUTUP.....</b>	<b>60</b>
5.1. Kesimpulan .....	60
5.2. Saran .....	61
5.2.1. Saran Akademis .....	61
5.2.2. Saran Praktis .....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>63</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>65</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. penelitian terdahulu .....	13
Tabel 3.1. time schedule .....	31
Table 3.2. rencana anggaran .....	32
Table 3.3. tombol menu navigasi .....	32
Tabel 3.4. ilustrasi storyboard website .....	33



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. skema warna RGB .....	30
Gambar 3.2. kontras warna RGB .....	30
Gambar 3.3. desain layout halaman depan .....	36
Gambar 3.4. desain page artikel.....	37
Gambar 3.5. desain shopping mode .....	37
Gambar 3.6. desain halaman spesifikasi produk .....	38
Gambar 3.7. konsep penggunaan akun .....	38
Gambar 3.8. halaman keranjang pembelian .....	39
Gambar 3.9. halaman akun .....	39
Gambar 4.1. Tampilan Website Akun Internal .....	44
Gambar 4.2. Tampilan Website akun publik .....	44
Gambar 4.3. Tampilan Website Akun publik .....	45
Gambar 4.4. Kebijakan Privasi .....	46
Gambar 4.5. Contoh Advetorial dalam Website STBA Store .....	48
Gambar 4.6. Gambar fitur sistem analisis Visitor .....	48
Gambar 4.7. Gambar fitur aktivitas visitor .....	49
Gambar 4.8. Gambar fitur product views .....	49
Gambar 4.9. Gambar Data Konsumen .....	50
Gambar 4.10. Gambar Laporan Penjualan .....	50
Gambar 4.11. Tampilan Vouceher Diskon .....	51

Gambar 4.12. Wearesocial.com – tahun 2019 .....	54
Gambar 4.13. Wearesocial.com – tahun 2020 .....	54
Gambar 4.14. sketsa page shopping mode .....	55
Gambar 4.15. Tampilan digital website STBA .....	56
Gambar 4.16. Tahap input produk .....	56
Gambar 4.17. Tahap pembuatan advertorial .....	57
Gambar 4.18. Pembuatan profil perusahaan STBA .....	58
Gambar 4.19. Gambar pengenalan website STBAStore di Media Sosial .....	59

